

BAB I

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini, kebutuhan adanya perlindungan hukum atas merk semakin berkembang dengan pesatnya orang-orang yang melakukan peniruan. Terlebih pula setelah dunia perdagangan mulai maju, serta alat-alat transportasi yang semakin baik, juga dengan dilakukannya promosi maka wilayah pemasaran barang pun menjadi luas lagi. Keadaan seperti itu menambah pentingnya merk, yaitu untuk membedakan asal-usul barang dan kualitasnya, juga menghindarkan peniruan. Pada gilirannya perluasan pasar seperti itu juga memerlukan penyesuaian dalam system perlindungan hukum terhadap merk yang digunakan pada produk yang diperdagangkan.

Pada realitasnya, merek menjadi salah satu wujud karya intelektual yang memiliki peranan penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa dalam kegiatan perdagangan dan investasi. Merek (dengan "*brand image*"-nya) dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tanda pengenal atau daya pembeda yang teramat penting dan merupakan jaminan kualitas produk atau jasa dalam suasana persaingan bebas. Oleh karena itu Merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya, baik perorangan maupun perusahaan (badan hukum) yang dapat menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemen yang baik. "Demikian pentingnya peranan Merek ini, maka terhadapnya

dilekatkan perlindungan hukum, yakni sebagai obyek terhadapnya terkait hak-hak perseorangan atau badan hukum.”¹

Dalam konteks UUPK yang dibuat dengan tujuan pokok untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen ini, menawarkan dua strategi dasar yaitu di satu sisi melalui upaya memberdayakan konsumen, yang akan ditempuh dengan cara meningkatkan pengetahuan, kesadaran, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen, untuk melindungi dirinya sendiri, sedangkan di sisi lain ditempuh melalui upaya untuk menciptakan dan mendorong iklim usaha yang sehat dan tangguh. Akan tetapi yang menjadi pertanyaan, apakah dua strategi dasar tersebut pada kenyataan sekarang ini dapat berperan secara optimal untuk melindungi konsumen?

Pada realitas yang terjadi sekarang ini banyak sekali muncul kasus pemalsuan merk dagang baik barang dan/atau jasa sehingga kepentingan konsumen sangat penting untuk dilindungi. Sebagai Contoh adalah Intel Corporation yang mengangkat kembali masalah mereknya yang sudah berjalan satu dekade dengan sebuah perusahaan elektronik lokal. Perusahaan lokal tersebut mendaftarkan merek INTEL untuk berbagai macam barang elektronik, termasuk juga peralatan medis dan alat-alat musik.²

Kebanyakan konsumen pasti menginginkan suatu barang yang bermerk dengan harga yang relative murah, hal seperti inilah yang mendorong produsen membuat merk-merk palsu guna memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan

¹ Muhammad Djumhana, *Hak Milik Intelektual (sejarah dan prakteknya di Indonesia)*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993, hal. 117

²<http://www.sinarharapan.co.id/berita/0609/27/opi01.html>

munculnya perasaan saling membutuhkan inilah yang akan mendorong pemalsuan merk akan lebih kompleks lagi. Untuk itu kita berharap UU merek di masa mendatang bisa menjangkau pemalsuan merk yang terus meningkat dengan berbagai macam motif. Di dalam penelitian ini, penulis memilih objek penelitian mengenai pemalsuan barang, karena wujudnya konkret (nyata) sehingga mudah diteliti.

Dengan dilatar belakangi alasan-alasan tersebut diatas, maka penulis ingin mengadakan suatu penelitian skripsi dengan judul : “ **PENGUNAAN MERK DAGANG SEBAGAI JAMINAN DALAM UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN (Studi Kasus Di Lingkungan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta)** “

Berdasarkan latar belakang masalah yang sebagaimana dikemukakan diatas, maka penulis mengajukan beberapa perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah penggunaan merk dagang serta profil- profil merk asli dan palsu yang digunakan mahasiswa fakultas hukum UMS?
2. Motivasi apa saja yang mendorong mahasiswa fakultas hukum UMS mengkonsumsi/ menggunakan merk palsu?

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang ada dalam perumusan masalah diatas,yaitu :

1. Untuk mendeskripsikan penggunaan merk dagang serta profil-profil merk asli dan palsu yang digunakan mahasiswa fakultas hukum UMS.

2. Untuk mendeskripsikan dan mengeksplanisasikan motivasi mahasiswa fakultas hukum UMS dalam menggunakan/ mengkonsumsi merk palsu.

Penulis menggunakan metode non doctrinal karena dalam penelitian ini, hukum tidak hanya dikonsepsikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur kehidupan dalam masyarakat, melainkan meliputi pula lembaga-lembaga dan proses-proses yang mewujudkan berlakunya kaidah-kaidah itu dalam masyarakat,³ sebagai perwujudan makna-makna simbolik dari perilaku social sebagaimana termanifestasikan dan tersimak dalam aksi dan interaksi antar mereka. Ditinjau dari sifatnya penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang menghasilkan data deskriptif. Untuk memperoleh data yang obyektif, yang dibutuhkan dalam hal ini maka pengumpulan data dilakukan dengan cara: penelitian lapangan, kepustakaan, dan questioner. Studi penelitian ini digunakan metode analisa data kualitatif yang mana proses penganalisaan data tersebut dilakukan melalui dua analisi data, yaitu: analisa taksonomis dan komponensial.

Di dalam pembuatan skripsi ini, penulis akan memberikan gambaran mengenai hal apa saja yang akan dilakukan, maka secara garis besar gambaran tersebut dapat dilihat melalui sistematika skripsi di bawah ini :

BAB. I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Perumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian

³ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, cetakan ketiga, Jakarta : UI Press, 1984, hal .15

D. Manfaat Penelitian

E. Metode Penelitian

F. Sistematika Skripsi

BAB. II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan tentang pengertian dan ruang lingkup merk

1. Pengertian Merk dagang, jasa dan kolektif
2. Kualifikasi Merk yang tidak dapat didaftar dan yang ditolak
3. Fungsi merk bagi konsumen dan produsen serta perlindungan hukumnya
4. Perbedaan merk asli dengan palsu

B. Tinjauan tentang perlindungan konsumen

1. Pengertian Konsumen
2. Hukum Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen
3. Hak-hak Konsumen
4. Produk Liability dan tanggung jawab pelaku usaha
5. Penyalahgunaan Keadaan (misbruik van omstandigheden)
6. Penyelesaian sengketa konsumen

C. Pemberdayaan dan perlindungan hukum

1. Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam era perdagangan bebas.
2. Peranan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dalam memberikan perlindungan hukum pada konsumen
3. Pemberdayaan masyarakat oleh LSM
4. Berlakunya hukum dalam masyarakat

BAB. III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN MASALAH

- A. Penggunaan merk oleh Mahasiswa fakultas Hukum UMS angkatan 2003 s/d 2006 dan macam-macam profilnya.
- B. Motivasi mahasiswa fakultas hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) dalam menggunakan profil merk dagang (merk palsu) dan cara mengatasinya.

BAB. IV PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Undang-undang Merek memberikan perlindungan hukum bagi tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Tanda-tanda tersebut harus berbeda sedemikian rupa dengan tanda yang digunakan oleh perusahaan atau orang lain untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Tanda dianggap tidak memiliki daya pembeda apabila tanda tersebut terlalu sederhana, seperti satu tanda garis atau satu tanda titik, ataupun terlalu rumit sehingga tidak jelas. Di dalam Undang-undang No.15 Tahun 2001 tentang Merk, memberikan penjelasan tentang merk yaitu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Secara umum, merk tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beritikad tidak baik. Pemohon yang beritikad baik adalah pemohon yang mendaftarkan merknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru, atau menjiplak, ketenaran merk pihak lain demi kepentingan usahanya yang berakibat kerugian pada pihak lain atau menimbulkan kondisi persaingan curang, mengecoh, atau menyesatkan konsumen. Dengan demikian, disamping hal-hal yang tersebut di atas ini perlu kiranya penulis

menguraikan lebih lanjut, tentang merek yang bagaimana yang tidak diperbolehkan untuk suatu merek atau yang tidak dapat didaftarkan sebagai suatu merek.

Menurut Pasal 5 Undang-undang Merek tahun 2001 merek tidak dapat didaftarkan apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur di bawah ini:

- a. bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. tidak memiliki daya pembeda;
- c. telah menjadi milik umum; atau
- d. merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.⁴

Dalam kenyataannya sekarang ini memang banyak sekali beredar barang-barang dengan merk palsu, dan terkadang konsumen pun juga sering kali salah dalam membedakan antara merk asli dengan merk palsu, dikarenakan kemiripan kedua barang tersebut. Barang-barang yang sering mengalami pemalsuan saat ini antara lain baju, sepatu, tas, jaket, celana, makanan, minuman, computer, oli, bahkan obatpun juga ikut dipalsukan. Dari beberapa kasus pemalsuan merk maka dapat disimpulkan bahwa suatu merk dapat dikatakan sebagai merk palsu atau asli apabila terlihat indikasi pemalsu, yaitu tiap produsen, atau pedagang baik perseorangan atau berbadan hukum yang terkait dengan produksi atau pembuatan atau perdagangan barang tersebut dan yang dibuat baik dalam wilayah yang diindikasikan secara palsu atau dalam negara yang secara palsu diindikasikan.

⁴ *Ibid*, hal. 14

Perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu :

- a.hak untuk mendapatkan keamanan (*the right of safety*)
- b.hak untuk mendapat informasi (*the right o be informed*)
- c.hak utuk memilih (*the right to choose*)
- d.hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Empat dasar hak ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union* (IOCU) menambah lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Mengenai proses beracara dalam penyelesaian sengketa konsumen itu diatur dalam UUPK, karena UUPK ini hanya mengatur beberapa pasal ketentuan beracara, maka secara umum peraturan hukum acara seperti dalam HIR dan KUHP tetap berlaku. Menurut UUPK, penyelesaian sengketa konsumen ternyata memiliki kekhasan. Sejak semula, para pihak yang berselisih khususnya dari pihak konsumen dimungkinkan menyelesaikan sengketa itu melalui beberapa lingkungan peradilan, misalnya peradilan umum atau konsumen dapat memilih jalan penyelesaian di luar pengadilan.

Dalam konteks UUPK yang dibuat dengan tujuan pokok untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen ini, menawarkan dua strategi dasar yaitu di satu sisi melalui upaya memberdayakan konsumen, yang akan ditempuh dengan cara meningkatkan pengetahuan, kesadaran, kepedulian, kemampuan dan kemandirian

konsumen untuk melindungi dirinya sendiri, sedangkan di sisi lain ditempuh melalui upaya untuk menciptakan dan mendorong iklim usaha yang sehat dan tangguh.

Peran LSM di Indonesia sebagai bagian dari gerakan social, pada umumnya masih diabaikan oleh para peneliti. Sebagian besar studi yang banyak dilakukan mengenai organisasi gerakan social di Indonesia tidak mengaitkan peran gerakan social dalam perubahan social di masa mendatang, dan studi-studi tersebut pada umumnya belum menggunakan pendekatan yang berperspektif dialektis, sifat saling keterkaitan antara keadaan ekonomi, politik, cultural, dan lingkungan melainkan lebih terfokus pada satu aspek saja.

Studi hukum dalam masyarakat kiranya akan berkepentingan pula terhadap konsepsi mengenai fungsi hukum. Salah satu pakar ilmu hukum yang terkenal, yaitu Soerjono Soekanto menyatakan bahwa hukum itu mempunyai 3 fungsi, yaitu :

- a. Untuk memberikan pedoman kepada warga masyarakat bagaimana mereka bertingkah laku atau bersikap dalam menghadapi masalah dalam masyarakat yang terutama menyangkut kebutuhan-kebutuhan pokok.
- b. Untuk menjaga keutuhan masyarakat yang bersangkutan.
- c. Memberikan pegangan kepada masyarakat yang bersangkutan untuk mengadakan pengendalian social (*social control*).⁵

⁵ Soleman B. Taneko, “ Pokok-pokok studi hukum dalam masyarakat “, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 1996, hal. 36

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN MASALAH

Di dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, objek yang menjadi focus adalah mahasiswa fakultas hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta. Disini peran mahasiswa dalam penelitian penulis adalah sebagai konsumen dari suatu produk barang dan/atau jasa. Penelitian tersebut digunakan penulis untuk mengetahui profil-profil merk yang pernah dipakai oleh mahasiswa, dan motivasi mereka dalam memakai merk-merk tersebut. Dari 100 lembar angket yang telah dibagikan oleh penulis kepada mahasiswa angkatan 2003 s/d 2006, diperoleh 96 angket yang diisi secara lengkap dan 3 angket yang tidak lengkap. Dari hasil tersebut, maka yang dapat difokuskan untuk hasil penelitian adalah 96 angket yang sudah lengkap. Dari data table, secara umum diperoleh hasil bahwa dari questioner yang dibagikan, diperoleh jawaban bahwa terdapat 78 barang bermerk asli dan 66 barang bermerk palsu dan secara keseluruhan terdapat 144 barang yang dikonsumsi oleh responden.

Dari data table juga dapat terlihat berbagai macam merk asli maupun palsu yang dipakai/ digunakan mahasiswa (responden) fakultas hukum UMS tahun akademik 2003 s/d 2006. Data table tersebut sudah memberikan gambaran yang jelas, bahwa merk-merk palsu yang beredar di Negara kita ini sangat kompleks, hal tersebut terbukti dari hasil questioner yang menunjukkan sebanyak 46 % mahasiswa (responden) pernah menggunakan merk palsu. Perilaku atau perbuatan mahasiswa fakultas hukum UMS dalam mengkonsumsi merk palsu sebenarnya dapat dikategorikan sebagai perilaku menyimpang. Walaupun tingkat kesalahan yang

berada pada diri pemalsu merk lebih besar, akan tetapi perilaku mahasiswa dalam mengkonsumsi merk palsu juga termasuk dalam perbuatan jahat, karena secara tidak langsung mereka juga ikut membantu melestarikan budaya memakai merk palsu. Secara umum sebenarnya, responden memiliki kemampuan untuk membedakan mana merk asli dan merk palsu, dan mereka juga menyadari bahwa merk palsu dilarang peredaran ataupun pemakaiannya, akan tetapi mereka tetap mengkonsumsinya, hal ini mungkin disebabkan beberapa faktor yang melatar belakangi responden dalam memilih menggunakan merk palsu, yaitu :

- a. Faktor dalam diri responden sendiri, yaitu bahwa responden mengetahui bahwa menggunakan merk palsu adalah dilarang, akan tetapi karena hal tersebut sudah menjadi kebiasaan atau sudah menjadi kesukaan dari diri responden, maka untuk memenuhi kebutuhannya tersebut responden tetap harus mengkonsumsi merk palsu.
- b. Faktor perasaan gengsi dalam diri responden. Faktor ini dipengaruhi oleh masyarakat sekitar atau komunitas responden, jika sebagian besar komunitas di sekitar responden memiliki prosentase yang besar dalam mengkonsumsi barang-barang bermerk, maka apabila responden tidak dapat menggunakan barang bermerk akan muncul perasaan seperti terpinggirkan atau rendah diri jika berkumpul dengan komunitasnya.
- c. Faktor ekonomi dari diri responden. Faktor ekonomi atau masalah keuangan dalam diri responden selaku mahasiswa sangat mempengaruhi dalam prioritas memilih merk palsu.

Jadi sebenarnya ada perasaan saling membutuhkan antara produsen yang memproduksi merk palsu dengan konsumen yang mengkonsumsi merk palsu. Peredaran merk palsu diatas juga dipengaruhi daya beli konsumen, dimana jika daya beli konsumen terhadap merk asli rendah, maka konsumen akan lari ke merk palsu yang sesuai dengan daya belinya. Selain hal itu, peredaran merk palsu sebenarnya kembali ke pada titik tolak awal penyebabnya yaitu tentang kurangnya penegakan hukum. Untuk mencegah peredaran merk palsu lebih meluas lagi, maka diperlukan tindakan preventif dan represif.

BAB IV

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian penulis melalui angket yang telah dibagikan kepada mahasiswa fakultas hukum UMS tahun angkatan 2003 s/d 2006 selaku responden, sebanyak 100 angket, dengan hasil 96 angket yang dijawab lengkap, maka dapat diketahui tentang penggunaan merk serta macam-macam profilnya dan mengenai motivasi/ hal-hal yang mempengaruhi responden dalam menggunakan merk palsu, yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada, yaitu sebagai berikut :

- a. profil penggunaan merk oleh mahasiswa fakultas hukum UMS meliputi berbagai macam jenis barang, yaitu : sepatu/sandal, kosmetik/perlengkapan mandi, elektronika, celana/baju, perlengkapan motor, tas, dan handphone. Berdasarkan prosentase maka secara keseluruhan diperoleh hasil bahwa prosentase penggunaan antara merk palsu dengan merk asli memiliki prosentase yang hampir seimbang, yaitu sebesar 46% penggunaan merk palsu, sedangkan prosentase penggunaan merk asli sebesar 54%.
- b. Motivasi yang mendorong responden menggunakan merk palsu yaitu : responden mempunyai kemampuan dalam membedakan merk palsu dengan asli akan tetapi tetap menggunakan merk palsu, responden lebih suka merk palsu, responden kurang mampu membeli merk asli, responden punya rasa konsumtif yang tinggi terhadap merk palsu.

Dengan melihat tingkat pemalsuan merk dan pemakaian merk palsu yang semakin meningkat, terlebih lagi di lingkungan kampus, maka sebenarnya masalah itu kembali berfokus pada 3 hal, yaitu : konsumen, produsen, dan pemerintah. Seorang konsumen yang memiliki tingkat kesadaran hukum yang rendah, maka akan sering menunjukkan perilaku menyimpang, seperti halnya memakai merk palsu. Dari semua uraian diatas, ada salah satu faktor yang tidak kalah pentingnya dalam peran mencegah peredaran merk palsu yaitu faktor hukumnya sendiri. Makin banyak kita untuk mempergunakan hukum itu sebagai suatu alat untuk mengubah masyarakat ke dalam suatu arah tertentu, maka kita kan makin dihadapkan pada problema yang seringkali sukar untuk meramalkan peranan suatu hukum dalam masyarakat.

PENGUNAAN MERK DAGANG SEBAGAI JAMINAN DALAM UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN

**(Studi Kasus Di Lingkungan Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

ABSTRAKSI



**Disusun dan Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Pada Fakultas hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh :

URIP TRIYANTO

NIM: C.100.020.031

NIRM : 02.6.106.01000.5.0031

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
TAHUN 2007**

